



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Finnkinon verkkopalvelut ja käytettävyys

Huuskonen, Ahti

2020 Laurea

Laurea-ammattikorkeakoulu

Finnkinon verkkopalvelut ja käytettävyys

Ahti Huuskonen
Tietojenkäsittely NTA215SN
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2020

Ahti Huuskonen

Finnkinon verkkopalvelut ja käytettävyys

Vuosi 2020

Sivumäärä 24

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimi työpaikkani Finnkino Oy. Projektina oli tutkia Finnkinon verkkopalveluita, jotka koostuvat mobiiliapplikaatiosta ja nettisivusta ja sen mobiiliversiosta. Tarkoitukseni oli tunnistaa puutteita, ongelmakohtia palveluiden käytössä ja kehittää näille toimivia, konkreettisesti palvelua parantavia ratkaisuja.

Tavoitteena oli tuottaa kehittämiseen tähtäävä tutkimustyö, jonka tietoperusta koostui muun muassa, havainnointiin, kohdennettuihin haastatteluihin työyhteisön kehittäjien kanssa sekä asiakkaiden. Tavoitteena oli löytää hyviä ratkaisuja ja kehityksiä löydettyihin ongelmiin ja ongelmakohtiin palvelussa.

Lopputuloksena oli kehittämiseen tähtäävä selvitystyö, jossa esiteltiin keskeisiä kehityskohtia ja niille kehitettyjä ratkaisuja. Ratkaisut koskivat asiakkaan profiilin luontia ja käyttöä, lippuja, niiden käyttöä ja varausten käyttöä sekä perumista palvelussa.

Asiasanat: ratkaisuja, kehityskohtia, kehitystä, verkkopalveluita

Ahti Huuskonen

Finnkino's Digital Services and Usability

Year 2020

Pages

24

The purpose of my case study was to offer new solutions to issues with Finnkino's digital services, both mobile application and website included. The solutions are based on what I have learned during this case study.

This case study was a study, research, and as an examination of current situation with Finnkino's digital services and how to improve it based on what we know now and what we learned, during this study. The ideas that are proposed in this study are also based, if possible, on the current data and existing features and attributes.

During this case study, many useful solutions were found to current issues and many new ideas were managed to be created on how to improve the digital service with its next updates to come.

Keywords: digital, mobile, solutions, service

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Menetelmät ja tietoperusta	7
1.2	Havaitut ongelmat ja tavoitteet.....	8
2	Palvelun kehityksestä yleisesti	8
3	Havaitut ongelmakohdat.....	10
3.1	Rekisteröityminen ja palveluun kirjautuminen	11
3.2	Oman profiilin nykytilanne ja sen kehittäminen.....	12
3.3	Muutoksia koskien profiiliin liitettäviä etuuksia	14
3.4	Liput ja niitä koskevat ongelmat	15
3.5	PDF-liput ratkaisuna	15
3.6	Varaukset, niiden toiminta, peruminen ja siitä aiheutuvat ongelmat	16
3.7	Ongelmat koskien varauksia.....	17
3.8	Potentiaallinen ratkaisu ja kehitysidea	17
3.9	Push-ilmoitukset ja ilmoitukset applikaatiossa	18
4	Leffapeli osana palvelun kokonaisuutta.....	20
4.1	Alkutilanne	20
4.2	Leffapelin kehitys ja nykytilanne.....	20
5	Tulokset ja yhteenveto	21
	Lähteet	23
	Kuviot	24

1 Johdanto

Opinnäytetyöni koskee Finnkinon verkkopalveluita ja niiden käytettävyyttä, applikaatiota, nettisivua ja sen mobiiliversiota ja näiden muodostamaa yhtenäistä asiakkaille näkyvää digialustaa. Opinnäytetyö tehty Finnkinon pääkonttorille, Anna Nurmivaara toimii ohjaajana Finnkinon puolelta. Finnkinon suurimmat digialustat ovat nettisivut, niiden mobiiliversio ja erillinen applikaatio mobiili- ja tablet-laitteille. Finnkinon verkkopalvelut tarjoavat palvelut elokuvien tarjontaan tutustumisesta, elokuvalippujen varaukseen ja lunastukseen. Palvelussa voi luoda oman profiilin, jolla hallitsee helpommin omia hankittuja varauksia ja näytöslippuja. Sama profiili toimii sekä Finnkinon nettisivuilla kuin applikaatiossa.

Liikumme kohti koko ajan laajempaa tietoyhteiskuntaa ja digitalisaatiota. Mitä tämä käytännössä tarkoittaa yritykselle, jonka suurimpia palveluita on fyysisten lippujen myynti myymälästä asiakkaille, miten saisimme vauhditettua muutosta kohti laajempaa digialustan käyttäjäkuntaa? Finnkinolle yrityksenä myös on erittäin tärkeää seurata maailmantilannetta ja ympäristöystävällisyys on todella tärkeä asia, sen takia myös digialustan toiminta on todella tärkeää, sähköinen mainonta korvaa perinteiset julisteet, säästää luontoa ja samalla erilaisiin ja uusiin kampanjoihin, pystyy reagoimaan entistä nopeammin ja paremmin, muutokset saadaan läpi ja asiakkaiden eteen entistä nopeammin.

Digiliput ovat mielestäni tärkein osa askelta kohti tulevaa ja tulen tähän keskittymään todella paljon. Lipuista tulee paljon roskaa ja vaatii vanhemman tekniikan käyttöä niiden tekemiseen ja tulostamiseen teattereilla, puhumattakaan kaikesta logistisesta taakasta mitä se tuo per teatteri, hankkia ja säilöä tarvittuja materiaaleja.

Finnkinolle on erittäin tärkeää, että digialustat tarjoavat käyttäjille yhtenäisen kokemuksen, oli sitten web-pohjainen versio, tai suoraan applikaatio mobiili- ja tablet-laitteille suunnattu versio. Helppokäyttöisyys, tehokkuus ja selkeys ovat tärkeimmät kohdat nykyisessä kehityskaaressa. Tämä opinnäytetyönä tehty kehittämiseen tähtäävä selvitystyö käsittelee asiakkaalle näkyviä palveluita, joiden pääkäyttäjä on asiakas itse, työn tärkein tavoite on löytää uusia ratkaisuja ja kehittää vanhoja paremmiksi, sekä esittää täysin uusia lisäyksiä palveluun, joilla voidaan tehdä käyttäjäkokemuksesta entistä parempi. Tutkimuksessa käydään läpi myös kipukohtia palvelussa ja niihin minun tarjoamia parannusehdotuksia. Tavoitteena on kehittää Finnkinon digitaalisten palveluiden eri kohdissa asiakasrajapintoja ja asiakasnäkökulmaa.

1.1 Menetelmät ja tietoperusta

Opinnäytetyön tutkimuksen tietoperusta pohjautuu itselläni usean vuoden työkokemukseen, kokemukseen ja havainnointeihin Finnkinon palveluista sekä myös omiin aiempiin havainnointeihin asiakaspohjalta, sekä työyhteisön kehittäjien ja asiakkaiden havainnointeihin. Tietoperustaa kasvatettiin myös erilaisilla tutkimusmenetelmillä. Tutkimusmenetelmänä on käytetty kvalitatiivista, laadullista tutkimusmenetelmää, sillä työssä oli tärkeää selvittää mistä ongelmia aiheuttavat ilmiöt tulevat.

Laadullisina tutkimusmenetelminä on käytetty erilaisia, kohdennutettuja haastatteluja työpaikan kehittäjille ja sen asiakkaille. Teemahaastatteluja asiakkaille ja henkilökunnalle, haastattelut työpaikalla koski tavallisia työntekijöitä niin konttorilla kuin teattereissa, näin saatiin paljon erilaista tietoa kasaan. Havainnointi, asiakkaat ja henkilökunta, havainnoin tutkimuksen avulla saatiin pienetkin huomiot ja mielipiteet sekä näkemykset esiin ja hyödynnettyä. Asiantuntija arvioinnit työpaikan sisällä, kehitystyön ja palvelupolun palvelun eri osista, näiden avulla saatiin tärkeitä huomioita eri osa-alueiden toimivuuden parantamisesta. Mukana koko ajan oli myös erilaiset Finnkinon sisäiset materiaalit. Näiden avulla pystyi kätevämmiin tehdä selvitystyö palvelun havaittuihin ongelmakohtiin. Kaikista näistä koostui hyvä pohja, jonka avulla pystyi lähteä kehittämään konkreettisesti hyötyä palveluun tuovia kehityksiä ja ominaisuuksia.

Olen myös ollut työpaikalla osana pilottihanketta, jossa tavallisten työntekijöiden avulla analysoidaan opittua tietoa ja kehitetään Finnkinon palveluita, täysin sisäisesti ja täysin työntekijöiden ideoista lähtien. Tämä pilottihanke koski sekä Finnkinon omia sisäisiä palveluita, asiakasrajapinnan osuutta sekä vain asiakkaille näkyviä osia palveluista. Tässä sain kerättyä paljon asiantuntija-arvioita palvelusta ja sen kehityskohdista mitä toin heille esille. Opin paljon kyseisen hankkeen aikana, meillä oli tiivis ryhmä työntekijöitä, jotka valittiin ympäri Suomea, että saatiin mahdollisimman laajasti kokemusta, ideoita ja erilaisia ajatuksia sekä näkökulmia. Tämän hankkeen aikana syntyi monet ideat itselläni, joita olen soveltanut tässä kehittämiseen tähtäävä selvitystyössä.

Finnkinon palvelut on asiakkaille suunnattu, ilman heitä palvelua ei olisi. Sen takia tärkeää oli tutkimuksen aikana lähestyä kaikkea asiakkaan hyödyn kannalta, sen jälkeen lähteä tutkimaan erilaisia mahdollisia toteutustapoja. Olen artikkeleita läpi käymällä ja oman päättelyn kautta tullut myös tulokseen, että miten isossa osassa on, käyttäjien todellisten tarpeiden ymmärtäminen ja niiden yhdistäminen liiketoiminnallisiin tavoitteisiin ovat menestyvän palvelun avaimia. Palvelun kehityksestä ja tehtyjen muutosten vaikutuksista kertovat mittarit ohjaavat tulevia kehityspäätöksiä. Tässä tiivistyy mielestäni hyvin, miten asiakaslähtöistä palvelua pitää lähestyä. (Solita)

1.2 Havaitut ongelmat ja tavoitteet

Tutkimusmenetelmien avulla saatu tieto, omat havainnot ja työyhteisön kehittäjien havainnot auttoivat löytämään tärkeät kehityskohdat, osa-alueilta mitä tämä selvitystyö koski. Suurimmat ongelmat havaittiin varauksissa sekä lippujen käytössä. Lippujen toiminta on välillä hidas, epäluotettavaa ja ei tarjoa yhtenäistä käyttäjäkokemusta. Asiakas, joka käyttää vain applikaation lippuja kokee erilaisen tilanteen, kuin käyttäjä, joka ostaa liput Finnkinon nettisivuilta ja käyttää ne sähköpostin kautta. Varaukset, havaittiin aiheuttavan toisen ison ongelman, niiden hallinta, purkaminen ja lunastus kärsivät kaikki erilaisista ongelmista eri kohtaa palvelua ja osa ongelmista saattaa kasaantua päällekkäin, jolloin se vaikuttaa koko palveluun.

Tavoitteena on kehittää tietoperustan ja tutkimusmenetelmien avulla toimivia ratkaisuja havaittuihin ongelmiin palvelussa, kehittää nykyisiä ratkaisuja paremmiksi. Ratkaisujen täytyy kehittää Finnkinon palveluita paremmiksi, nopeuttaa ja selkeyttää asiakkaan käyttäjäkokemusta palvelussa ja sen käytössä. Ratkaisujen täytyy pohjautua tutkittuihin tuloksiin ja jos mahdollista, hyötyä käyttää nykyistä palvelun pohjaa niiden kehityksessä.

Jos tarkastelemme asiakkaan palvelupolkua lippujen ostamiseen tai lippujen perumiseen, ne poikkeavat sen mukaan käyttäkö asiakas mobiililippuja vai nettisivuilta ostettuja lippuja. Tämä ei ole hyvä asia palvelussa, minkä halutaan tarjoavan yhtenäinen kokemus, riippumatta mitä alustaa käyttää. Palvelupolku, (englanniksi customer journey map) on kuvaus asiakkaan kokemista palveluhetkistä käyden läpi asiakkaan kulkeman matkan palvelussa vaihe vaiheelta kronologisessa esitysmuodossa. Palvelupolun kuvaaminen auttaa muuttamaan aineettoman palvelun näkyväksi kuvaukseksi, johon on helpompi ottaa kantaa. Palvelupolkua voidaan hyödyntää monella eri tavalla, Finnkinon palveluiden kohdalla lippujen oston ja käytön saaminen yhtenäiseksi riippumatta alustasta. Tyypillisesti palvelupolkua käytetään apuna palveluiden kehittämisessä ja voidaan myös soveltaa henkilökunnan koulutukseen. (Piia Innanen, 2018)

2 Palvelun kehityksestä yleisesti

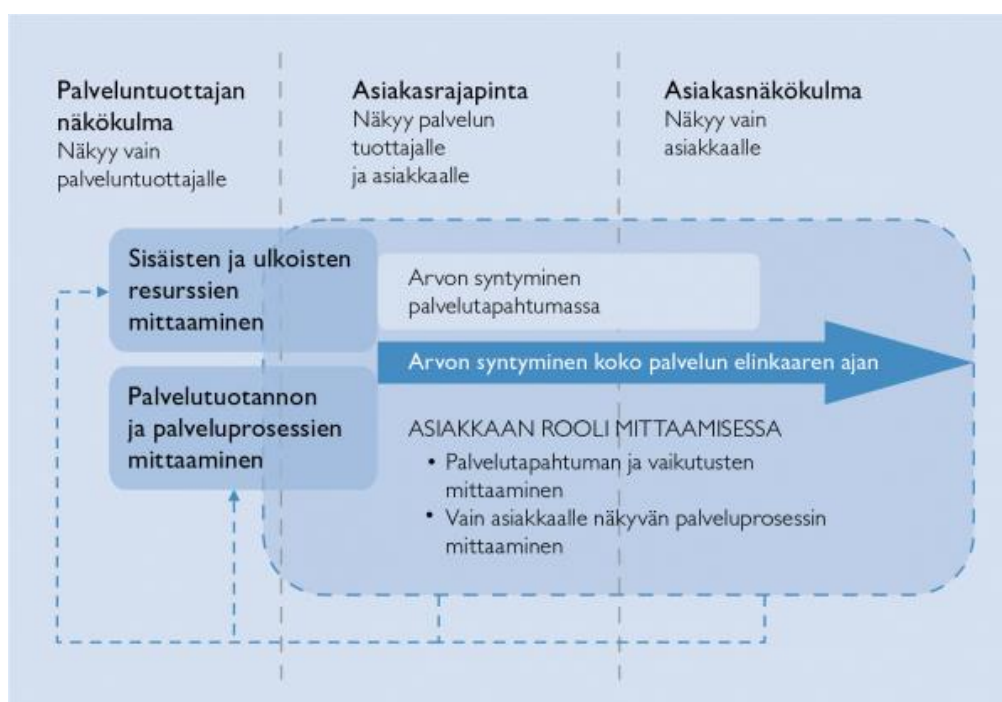
Verkkopalveluiden ja niiden yhtenäisen digialustan kehitys ja yhtenäistäminen on vaativa ja hidas prosessi, palvelu, joka on suunnattu täysin meidän asiakkaillemme, kuluttajille ja palvelun pääkäyttäjille, palvelun täytyy olla luotettava ja toimiva heti sen käyttöönotossa. Tämän takia suurien päivitysten tai pienempien iteraatioiden sijasta, suositetaan mieluummin melkein kokonaan uuden alustan käyttöönottoa, varsinkin jos on tunnistettu paljon, jo nykyiseen koodiin pohjautuvia kipukohtia, joiden jopa potentiaalinen vahingossa tuonti uuteen mukaan, toisi ongelmia uuden pohjan kanssa.

Tältä halutaan välttyä ja onneksi tähän on nykyisessä palvelun kehityksen mallissa, keskitytty kunnolla. Kehitys ja suunnittelu nykyiseen tai uuteen pohjaan, joka on huomattavasti,

vankemmalla pohjalla kun erilaiset ongelmat ja kipukohdat on tunnistettu. Finnkino toimii tässä tilanteessa palveluntuottajana, kaikki mitä palvelussa on, ei ole välttämättä täysin sisäisesti tuotettua materiaalia, mutta se on käyty läpi ja hyväksytty että se pääsee asiakasrajapintaan asti.

Johannes Puro mainitsee itewikin nettisivuilla artikkelissaan, että toimitusjohtaja Sami Kettusen mukaan myyvää digitaalista palvelua suunniteltaessa on tärkeää rakentaa palvelumuotoilun avulla hyvin suunniteltu palvelupolku. Sen avulla varmistetaan, että asiakkaasta pidetään huolta tietojen kartoitusvaiheesta aina kaupantekoon ja palvelun tai tuotteen käyttämiseen saakka, koen tämän itsekin todella tärkeäksi. (Johannes Puro, 2018)

Nykyajan yhtenäisten verkkopalveluiden ja ekosysteemien maailmassa on tärkeää, että yrityksen digitaalisen ekosysteemin toimivuus ratkaisee yhä useammalla toimialalla yrityksen liiketoiminnan menestyksen. Onnistuneen digitaalisen asiakaskokemuksen mahdollistavat taustapalvelut, tietovarastot, analytiikkaratkaisut, integraatiot ja käyttäjäystävällisesti suunnitellut käyttöliittymät - ja usein uudenlainen liiketoimintalogiikka. Koen tämän todella tärkeäksi ja todeksi nykyään, valitettavasti nykypäivänä näkee yhä palveluita, jotka sivuuttavat suurimman osan mainituista ratkaisuista, jolloin kokonaisuus kärsii. (Solita)



Kuvio 1: Asiakkaan rooli palveluiden mittaamisessa. Promaint 2013.

”Nopeasti muuttuvassa maailmassa palvelujen kehittämisessä tarvitaan ketterää otetta. Palveluja ohjaavat aidot käyttäjätarpeet ja palveluja kehitetään pienempinä kokonaisuuksina.

Ketterä kehitys mahdollistaa palautteen hyödyntämisen ja jatkuvan oppimisen, riskin vähentämisen ja muutos nopeuden. Kaiken keskiössä ovat toimiva asiakaskokemus, uudenlaisten liiketoimintamallien löytäminen ja toiminnan tehostaminen, jotka tuovat merkittävää kilpailuetua mille tahansa organisaatiolle.” (Solita)

Finnkinon palvelu on sellainen, että sen käyttö halutaan jäävän asiakkaan mieleen, ja sen käyttöä mietitään uudelleen ja usein, koska palvelu, jota tarjoamme, on Suomen ainoita meidän alallamme, pitää palvelun sitä suuremmalla syyllä vaikuttaa hyvin asiakkaaseen. Promaintin artikkelissa mainitaan miten suuressa osassa palveluita asiakkaan kokema arvo ei synny pelkästään palvelutapahtumassa vaan asiakkaan arjessa, jossa asiakkaan ja palveluntuottajan välillä ei ole inter-aktiivista vuorovaikutusta. (Promaint, 2013)

Tämä pätee erityisen hyvin Finnkinon palvelussa, asiakkaan kokema arvo ei ole pelkästään fyysinen kokemus vaan siihen sisältyy myös mentaalisia tekijöitä. Finnkinon palvelun käytön halutaan jäävän asiakkaan mieleen vielä elokuvavierailun tai lippujen lunastuksen jälkeen. Olemme nykypäivänä kaiken kehityksen keskellä myös tilanteessa, jossa koen, että yritysten tuleekin pystyä paremmin ymmärtämään, mittaamaan ja arvioimaan asiakkaan kokemaa arvoa ja sen syntyprosessia, näin saadaan tärkeä osa ja iso voimavara haltuun palvelun kehityksessä. (Promaint, 2013)

3 Havaitut ongelmakohdat

Selvitystyön aikana päädyttiin valitsemaan tärkeät osat asiakkaan palvelupolun varrelta, profiilin luonnista lippujen varaukseen ja käyttöön. Nämä ongelmakohdat ja kehitystä kaipaavat osat ovat todella tärkeitä kohtia Finnkinon palvelussa, niiden parantamisella saan itse palvelu toimimaan sujuvammin ja parannettua asiakkaan käyttäjäkokemusta.

Profiilin luonti ja sen eri osa-alueiden käyttö tarvitsee virtaviivaistaa, profiili pitää saada täyteen tärkeää infoa asiakkaasta, mutta se ei saa olla turhan hankalaksi tehty tai profiilin luonti liian iso prosessi asiakkaalle. Asiakkaan kyky hankkia liput applikaatiossa, nettisivuilta ja eri laisilla maksutavoilla on saatu hyvään asemaan, mutta lippujen käyttö palvelussa vaatii kehitystä. Lippujen käyttö palvelussa on asiakkaan valitseman käyttöalustan mukaan, hitaampaa kuin toisessa ja se haittaa palvelussa haluttua yhtenäistä kokonaisuutta. Alustat täytyy yhtenäistää lippujen käytön kohdalla.

Asiakkaan varausten hallinta, niistä tiedottaminen ja peruuttaminen ovat parantamista vaille. Palvelu tarjoaa asiakkaalle tällä hetkellä juuri tarvottavan määrän toimintoja, ei yhtään sen

enempää, suurin osa asiakkaista eivät ole tietoisia, että varaukset voi edes perua itse palvelun kautta. Palvelu vaatii lisää asiakkaan tiedottamista sekä konkreettisia muutoksia ja lisätoimintoja palveluun.

3.1 Rekisteröityminen ja palveluun kirjautuminen

”Jokainen asiakas on kanta-asiakas”-periaate, ajaa nykyistä järjestelyä. Haluamme että jokainen kokee saavansa hyötyä siitä, että on rekisteröitynyt ja tehnyt asiakasprofiilin palveluumme. Hyödyt kuten tarjoukset, tiedot ennakkomyynneistä ennen muita asiakkaita, ovat monelle yllättävän iso vaikuttaja. Kun käyttöön otettiin ei valintainen rekisteröinti, täytyi asia käydä läpi kunnolla, että saako asiakas tarpeeksi tietoa miksi näin on, mitkä ovat edut, mitä tästä hyötyy ja että koetaanko tämä ylipäättänsä tärkeäksi meidän palvelussamme vai ei. Jättääkö ihmiset rekisteröitymättä koska on nopeampaa tehdä lippuostos anonyymisti?

Finnkinon rekisteröitynyt asiakas on nykytilanteessa automaattisesti osa asiakkuusohjelmaamme, Finnkinon Labia. Asiakkaat halutaan luonnollisesti tunnistaa, jotta voimme kohdentaa viestintäämme paremmin. Rekisteröityneenä käyttäjänä asiakas voi varata ja ostaa lippuja, sekä ostaa kaikkia sarjalipputyyppejämme, myös e-lippuja, jotka asiakas saa suoraan digitaalisesti omalle profiililleen. Tunnistautumattomana anonyymin asiakkaan on toistaiseksi mahdollista ostaa näytöslippuja, mutta ei varata lippuja tai ostaa sarjalippuja. Anonyymi asiakkuus tarjotaan vielä sen nopeuden vuoksi mutta on sellainen osa palvelua, mikä vaatii harkintaa. Anonyymi asiakas on hankala tavoittaa, anonyymi asiakas ei kerrytä tutkimusdataa eikä anna asiakkaalle tilaisuutta nauttia kaikista palvelun tarjotuista eduista.

Rekisteröityminen koetaan hitaaksi ja ikäväksi nykyään johtuen siitä, että se vaaditaan melkein kaikkialla jossain muodossa. Tästä prosessista pitää saada nopea mutta kattava, jolloin saadaan kaikki tarpeellinen kerättyä suoraan asiakkaan profiiliin, eikä käyttäjälle tule oloa, että miksi häneltä tätä kysytään nyt, vaan tietojen vaatiminen on selitetty järkevästi ja asiapohjalla. Tässä tulee myös esille palvelun luotettavuus. On todella tärkeää, että käyttäjä luottaa palveluun ja siihen että se osaa käsitellä asiakkaan tietoja oikein sekä järkevästi.

Finnkino Lab on suurten tunteiden yhteisö, jonka jäsenenä saat ja koet enemmän.

Rekisteröityneenä käyttäjänä saat käyttöösi sähköisen asiakaskortin etuineen ja voit varata lippuja verkkokaupassa.

Rekisteröidy käyttäjäksi

Etunimi Sukunimi

Haluaisimme muistaa sinua syntymäpäivänäs!

Syntymäpäivä Kuukausi Vuosi

Sähköpostiosoitteesi on käyttäjätunnukseksi

Sähköpostiosoite

Lähetämme tärkeimmät tiedotteet tekstiviestillä

Matkapuhelinnumero (+358xxxxxxxxx)

Salasana

Syötä salasana uudelleen

Kerro meille vielä elokuvamieltyksistäsi

<input type="checkbox"/> Animaatio	<input type="checkbox"/> Klassikkoelokuvat	<input type="checkbox"/> Pop-kulttuuri
<input type="checkbox"/> Art House	<input type="checkbox"/> Komediat	<input type="checkbox"/> Romantiikka
<input type="checkbox"/> Baletti	<input type="checkbox"/> Konsertit ja musikaalit	<input type="checkbox"/> Sci-fi
<input type="checkbox"/> Dokumentit	<input type="checkbox"/> Korkeakulttuuri	<input type="checkbox"/> Seikkailu
<input type="checkbox"/> Draama	<input type="checkbox"/> Kotimainen	<input type="checkbox"/> Taide
<input type="checkbox"/> Fantasia	<input type="checkbox"/> Muu Event Cinema	<input type="checkbox"/> Teatteri
<input type="checkbox"/> Jännitys	<input type="checkbox"/> Ooppera	<input type="checkbox"/> Toiminta
<input type="checkbox"/> Kauhuhu	<input type="checkbox"/> Perhe-elokuvat	<input type="checkbox"/> Vauvakino

Kuvio 2: Profiilin luonti tällä hetkellä. Finnkino 2020.

3.2 Oman profiilin nykytilanne ja sen kehittäminen

Profiilisivumme on yhtenäinen lähes joka alustallamme, palveluun lisättiin QR-koodi profiiliin nopeuttamaan kassatilanteita ja helpottamaan esimerkiksi kertaluonteisten alennusten käyttöä. QR- koodi saadaan suoraan skannattua asiakkaan puhelimesta, jolloin ei tarvitse käydä läpi henkilön haku järjestelmästä erikseen, puhelinnumeron, nimen tai sähköpostin perusteella. Nimen perusteella haku on aiheuttanut ikäviä tilanteita, joissa on käytetty väärää profiilia. Pienellä muutoksella saatiin palvelusta sulavampi ja turvallisempi.

Kun QR-koodi skannataan kassalla, ilmoittaa heti Markus-järjestelmä, että kuka on kyseessä ja mitä etuja tai lippuja asiakkaalla on. Markus on Finnkinon käyttämän palvelun nimi, se kattaa sisäiset palvelut ja myös palveluita asiakasrajapinnassa. Koodin taakse on myös saatu asiakkaille olevat tarjoukset, jolloin ne asettuvat automaattisesti siihen liittyvään tuoteryhmään. Tällä tavalla on saatu siivottua pois Markus-järjestelmästä turhat alennuspainikkeet, joita pitää poistaa ja muokata, kun vanhat poistuu ja uusia tulee.

Koko palvelumme mittakaavassa tämä on pieni asia, jolla lähdettiin parantamaan profiilin helppokäyttöisyyttä. Tällä saatiin myös helpotettua kassahenkilöiden päivittäistä työtä suuresti. Tämä vaikuttaa todella paljon työhyvinvointiin koska kassahenkilöt ovat jatkuvassa tekemisessä ko. tilanteiden kanssa. Pienet mutta päivittäistä työtä koskevat kehitykset ja uudistukset, tuovat loppujen lopuksi suuressa mittakaavassa paljon hyötyä.



Kuvio 3: QR-koodi lisättynä applikaatioon. Finnkino 2020.

Moderni ja helppokäyttöinen profiili on nykyaikainen mutta ei silti auta tilanteessa, jossa asiakkaan tiedot ovat vanhat tai puutteelliset. Kun esim. jos tiettyyn asiakkaaseen täytyy saada yhteys, vaikka tilanteessa missä näytös on esimerkiksi pitänyt perua, on se hankala tehdä ilman tarvittavia yhteystietoja. Nämä tilanteet aiheuttavat taas turhaa työtä asiakaspalveluun, riskien minimoineilla saadaan paljon aikaa ja potentiaalisesti se auttaa vähentämään turhia yhteydenottoja asiakaspalveluun.

Asiakkaat saavat heille henkilökohtaisia etuja, esimerkiksi synttärietuja suoraan sähköpostiin, mikä koetaan hitaaksi ja hankalaksi. Viesti pitää sisällään QR-koodin, jolla asiakas voi edun lunastaa, tilannetta hankaloittaa sekin, että sitä ei saa suoraan ulos asiakkaan profiilista. Asiakkaan pitää kaivaa viesti esiin kassalla ja viesti tietenkin ei ole ikinä valmiina auki, koodit myös vanhenevat ja tiedot siitä lukee ainoastaan siinä kyseisessä sähköpostiviestissä. Paras ratkaisu pieneen mutta ikävään ongelmaan, varsinkin kun yritämme virtaviivaistaa profiilin käyttöä kassalla, on että henkilökohtainen etu saataisiin upotettua asiakkaan profiilin QR-koodin taakse, siellä on jo samalla tavalla toimivia etuja, joten tämän lisäys sinne, olisi pieni mutta asiakkaalle varsin näkyvä parannus.

Profiilin luomisesta pitää saada virtaviivaistettu kokemus, yhteystiedot ovat kaikista tärkein asia ongelmatilanteiden kannalta ja nämä täytyy asiakkaan suostumuksella saada mahdollisimman tarkasti profiiliin. Profiilin luonnissa täytyy panostaa siihen, että asiakas näkee ja ymmärtää, mitä häneltä halutaan ja miksi. Vaihtoehtoiset tarkennukset kohdennettua tarjontaa varten, voidaan jättää asiakkaan omaksi valinnaiseksi hommaksi myöhemmin.

Nykytilanteessa kun normaalilla kuluttajalla on jo lukuisia eri tilejä, ei ole mitään etua yritykselle tehdä profiilista hankala käyttää. Hyvin suunniteltu profiili auttaa keräämään dataa ja helpottaa sekä asiakkaan että yrityksen toimintaa. Kevyempi profiili ja helppokäyttöisyys myös tuo asiakkaalle tunteen, että palvelua on hyvä ja nopea käyttää, jolloin käyttäjän huomio voidaan ohjata oikeaan paikkaan, uusiin toimintoihin ja siihen että palvelun käyttö jatkuu tulevaisuudessa myös.

3.3 Muutoksia koskien profiiliin liitettäviä etuuksia

Asiakas voi kuulua mahdollisesti erilaisiin ryhmiin, jotka tarjoavat tiettyjä etuja asioinnissa. On opiskelija-alennukset, eläkeläisille ja varusmiehille, sekä siviilipalveluksessa oleville. Näiden eri etuuksien käyttö on ollut pitkään pienelle huomiolle jäänyt asia, kun muutoksia koskien asiakkaan profiilia ja sen toimintaa on tehty, se on muuttanut miten tietyt etuudet toimivat. Aiemmin etuudet ovat toimineet kassalla jonkun fyysisen todistuksen kanssa, millä on saatu sillä ostohetkellä sitä koskeva mahdollinen alennus lisättyä kassajärjestelmän kautta. Tämä on hidas tapa ja aiheuttaa turhia asiakaspalvelutilanteita, kun todistusta ei ole esittää. Tähän lähdettiin hakemaan ratkaisua, siirtämällä etuudet pikkuhiljaa sähköiseen profiiliin. Jos menet kassalle asioimaan voit liittää samalla profiiliisi sinulle kuuluvan edun, kun seuraavan kerran teet lippuostoja netissä tai myymälässä, osaa järjestelmä automaattisesti tunnistaa sinut tietyn alennuksen saajaksi.

Tästä heräsi useita kysymyksiä niin työntekijöiltä kuin myös asiakkailta, miksi tätä ei voi suoraan tehdä netin kautta, tai ostaa tiettyyn etuuteen kuuluva lippu ja todentaa lippua tarkastessa onko se kunnossa? Tämä aiheuttaisi paljon erilaisia ongelmatilanteita koskien palvelun väärinkäyttöä. Tämä on nykyään käytössä tietyissä lipuissa kuten eläkeläiset, koska tämä on todella nopea tarkastaa teatterilla asiakkaan lipun tarkastuksen yhteydessä, muut etuudet saattavat aiheuttaa enemmän ongelmia.

Teatterilla laitettava etuus on mielestäni hyvä säilyttää vielä jonkun aikaa, siinä saadaan positiivisia asiakaspalvelutilanteita aikaan, mutta tämän kylkeen pitää saada todentamisella toimiva tunnistus, kun liittää itse profiiliin jonkun etuuden. Tämä vaatii muutoksia ja ulkoisen toimijan avuksi hoitamaan kyseisten etuuksien tunnistusta. Tämä muutos ei ole nopea, mutta tällä saataisiin profiiliin asiakasta koskeva tärkeä tieto, sekä saataisiin näiden asiakkaiden lippujen ostoa helpotettua. Tällä saataisiin siirrettyä nettiin ja profiiliin lisää tärkeitä ominaisuuksia ja vähennettyä teatterilla ongelmatilanteita.

Eri ryhmien ostoskäyttäytyminen kerryttäisi myös tärkeää dataa, eläkeläiset ovat tällä hetkellä suuri ryhmä, jotka ovat hankala tavoittaa, johtuen runsaasta keskittymisestä nettiin,

älylaite ja sähköpostiviestintään, tilanne tulee toki kehittymään toiseen suuntaan, kun nykyinen väestö vanhenee.

3.4 Liput ja niitä koskevat ongelmat

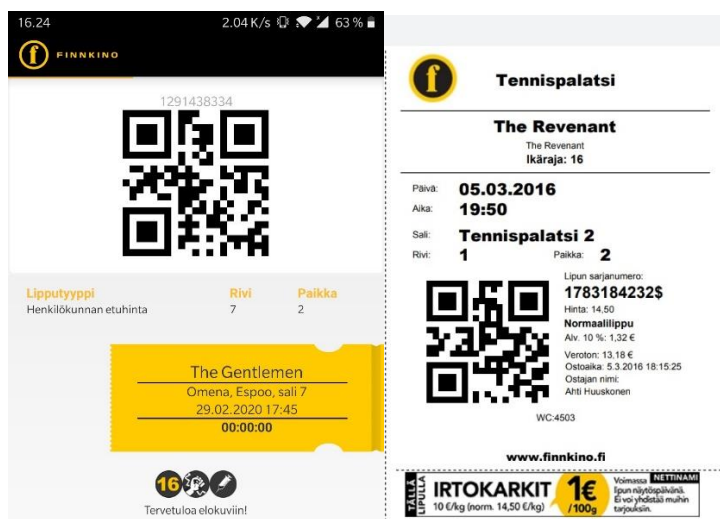
Asiakkaat voivat tällä hetkellä varata lippuja, ostaa lippuja suoraan ja lunastaa varatut liput, lippujen varauksen voi tehdä samalla käyttäjällä myös selaimessa, jolloin yhdistetty käyttäjä näyttää nämä profiilissa myös eri alustassa kuin missä varaus on tehty. Ongelmana on ollut lippujen käyttö teatterilla, liput jäävät auki välimuistiin mutta asiakkaan suljettua sovelluksen, ne sulkeutuvat myös. Tämä aiheuttaa hitautta jonoissa salien ovella, kun lippuja tarkastetaan, sekä kassalla jos asiakas tulee lunastamaan lippuja ja liput ovat päässeet sulkeutumaan kassalle mennessä. Johtuen mahdollisesti hitaista latauksista ja ruuhkasta, tämä on ongelma päivittäisessä toiminnassa.

Liput sisältävät nykyään myös paljon infoa aiempaan verrattuna, joten lippujen saaminen auki missä vain nopeasti on todella tärkeää. Liput sisältävät infon mahdollisesta WC-pääsykoodista, erilaisista sen hetken promootioista, tai jos näytös on K-18 ja mitä se edellyttää asiakkaalta. Näiden lisätyjen muutosten jälkeen myös lipun fyysinen koko ruudulla on kasvanut. Tähän ongelmatilanteeseen on helppo, tehokas ja kätevä ratkaisu, joka on jo käytössä tietyssä kohtaa palveluamme, sen saman ratkaisun soveltaminen tähän ongelmaan tulevaisuudessa, on tehokas ratkaisu, jolla lisätään käyttäjän mukavuutta ja palvelun tehokkuutta. Toimivuus on jo todettu yhdessä kohtaa palvelua, joten tämä uusi ratkaisu on osittain tuttu kehittäjille.

3.5 PDF-liput ratkaisuna

Lippujen oston yhteydessä netissä profiiliin menevien lippujen lisäksi asiakas voi halutessaan saada niin kutsutut sähköpostiliput, eli PDF-liput, näiden käyttö on onneksi kasvanut nykyään paljon, sillä ne on esimerkiksi helppo jakaa sähköpostin välityksellä tai sähköisen viestintä-applikaation kautta, näiden offline käyttö, on myös suuri etu, liput voi ladata pdf-muotonsa takia nopeasti ja käyttää myös ilman internet yhteyttä.

Silti näiden käyttö on yllättävän vähäistä, vaikka suosio on kasvanut, syy siihen löytyy siitä, että pdf-liput ovat saatavilla vain sähköpostin kautta eikä suoraan applikaatiosta, mikä on monen asiakkaan mielestä ”nopeampi” vaihtoehto ja varsinkin nuorilla suosittu tapa näyttää liput. Vaikka todellisuudessa kertalatauksella toimiva pdf on nopeampi kaikin tavoin, sekä luotettavampi, koska ei ole välimuistissa auki. PDF-muodossa lippu voi myös olla fyysisesti isompi ja sisältää enemmän informaatiota, koska se ei ole sidottu applikaation asettamien koko rajoitteiden sisällä.



Kuvio 4: Sovelluslipun ja PDF-lipun esimerkkien ero mobiilipalvelun näkymässä. Finnkinno 2020.

Samaa voidaan soveltaa applikaatioon, tuodaan liput kohtaan applikaatiossa, ”Lataa liput” -painike, jolla applikaatio antaa suoraan ladata pdf-versiot lipuista, jolloin niitä voi käyttää nopeasti ja myös ilman internet yhteyttä. Tällä saataisiin purettua myös turhaa ruuhkaa pois palvelimelta, jolloin kaikkien käyttäjien kokemus olisi parempi, sekä tällä muutoksella saataisiin myös purettua pois myös turhaa asiakaspalautetta koskien lippujen käyttöä, sekä teatterilla että sähköisessä asiakaspalvelussa, missä aika on todella tärkeää.

Liput voisi toki näyttää applikaatiossa mutta se tekisi sen käyttämällä PDF-lippuja, sovelluksessa olisi painike, joka avaisi kyseisen oston liput, jolloin siirtyy laitteen omaan muistiin, jossa pdf on ladattuna. Tai näkymään applikaatiossa itsessään, johon on integroitu PDF-tiedosto. Näin saataisiin myös tehostettua applikaation toimintaa, saataisiin voimavaroja ohjattua muualle, kun lippuja koskeva osio on kevyempi taakka applikaation käytössä, tässä pitää muistaa se, että liput ovat yksi suurin osuus miksi applikaatiota käytetään, joten hyöty olisi massiivinen, kun katsotaan sen kokonaisvaikutusta suuressa mittakaavassa.

3.6 Varaukset, niiden toiminta, peruminen ja siitä aiheutuvat ongelmat

Varausten peruuttaminen, vapautus ja peruuntuminen, on iso osa palvelua ja asiakkaiden lippujen lopullista ostoprosessia. Monet asiakkaat odottavat varausten purkautumista, että pääsevät käsiksi parempiin paikkoihin, tai ylipäättänsä haluavat saada liput sen hetken kuumimpaan ja isoimpaan ensi-iltaan. Asiakas voi varata paikat netissä itse, tai kassalla. Paikat ovat ennakoita lukuun ottamatta varauksessa 4 päivää, ja pitää lunastaa tiettyyn kellonaikaan mennessä tai näytöspäivänä 45 minuuttia ennen varsinaista elokuva. Systeemi toimii samalla

tavalla netissä, applikaatiossa ja kassalla, mitään eroa ei ole, ja eri järjestelmässä tehdyn varauksen voi lunastaa, kunhan se on yhdistetty asiakkaan profiiliin. Tämä lisää sulavuutta lunastukseen ja antaa vaihtoehtoja asiakkaille, kuinka hoitavat varauksensa.

Varausjärjestelmä on tärkeä ja sen sulavuutta yritetään jatkuvasti kehittää, koska sillä saadaan kasaan myös erittäin tärkeää asiakasdataa, tämän tiedon avulla voidaan selvittää ratkaisuja esimerkiksi potentiaalsiin ruuhkatilanteisiin esimerkiksi uusien isojen ensi-iltojen kohdalla. Palveluun on otettu muutama vuosi sitten käyttöön jonotusjärjestelmä, tämä järjestelmä tunnistaa tietyn asiakkaan ja antaa hänelle tunnisteen, jonka kanssa siirtyy jonoon odottamaan vuoroaan päästä palveluun. Palvelussa asiakkaalla on 10 minuuttia aikaa tehdä varaus tai ostaa liput. Tätä jonotusjärjestelmää käytetään isojen uusien ensi-iltojen kanssa. Yleensä samaan aikaan suljetaan applikaation toiminta, jotta ruuhka tulisi vain yhdestä suunnasta palvelimeen ja palveluun saataisiin lisää sujuvuutta.

3.7 Ongelmat koskien varauksia

Suuri ongelma on lippujen automaattisessa peruuntumisessa, eli esimerkiksi jos asiakas jättää lunastamatta varauksensa. Kun ajatellaan salia missä esimerkiksi 250-550 asiakaspaikkaa, niin näytöstä kohden, on todella paljon varauksia. Kun samaan aikaan vapautuu kaikki varaukset, jotka ovat jätetty palveluun, niin nämä ruuhkauttavat palvelimen, jolloin asiakkaat eivät näe lippuja vapautuneena ajoissa, että voisivat lunastaa vapautuneita paikkoja. Liput, jotka vapautuvat hyvissä ajoin ennen näytöstä, eivät kuulu määrään, joka ruuhkauttaa palvelun mutta ongelman ydin onkin, että niin moni jättää liput palveluun sisään vanhenemaan, koska tietävät että palvelu vapauttaa ne automaattisesti.

Kun samaan aikaan vapautuu potentiaalisesti satoja paikkoja automaattisen purun takia, niin kun otetaan huomioon asiakkaat netissä, asiakkaat applikaatiossa ja asiakkaat teatterilla, ei ole ihmeäkään, että ongelmia ilmestyy. Tapahtuu pullonkaulaefekti, jonka voidaan kuvitella pahasti näkyvän varsinkin, esimerkiksi ensi-ilta perjantaina. Tämä ongelma ilmenee palvelun tökkimisenä ja lippujen aikataulujen toimimattomuutena. Tämä myös aiheuttaa ongelmia teattereiden kassoilla, koska järjestelmä on yhtenäinen, tästä aiheutuu myös teatterilla fyysisesti ongelma jonojen muodostumisessa, vaikka aiheuttaja on digitaalinen. Näiden ongelmien purkuun ja tulevien ongelmatilanteiden ennaltaehkäisyyn täytyy keskittää paljon voimavaroja, paljon tulevassa kehityksessä tai palvelun uudessa iteraatiossa.

3.8 Potentiaalinen ratkaisu ja kehitysidea

Käyttäjän tiedottaminen koskien varauksia ja niiden lunastusaikoja, on todella vähäistä, palvelu viestii asiasta vain parin kerran tietyissä kohdissa varausprosessia. Asiakas saa tiedon va-

rauksen aikana siitä, että mihin päivämäärään ja kellonaikaan mennessä varaus pitää lunastaa. Tiedon voi jälkikäteen lukea varauksesta sähköpostista, tai applikaation varaukset-kohdasta.

Tämä jättää vastuun täysin asiakkaalle, jolloin vanhentuneita varauksia tapahtuu todella paljon ja asiakkaat tietoisesti jättävät järjestelmään varauksia, joita eivät aio lunastaa, koska automaattinen palvelu poistaa ne ajan tultua täyteen. Kuten aiemmin käytiin läpi, tämä tuo ison osan muita ongelmia palveluun. Palveluun pitää saada toiminto joka helpoittaa asiakkaan palvelun käyttöä, vähentää ongelma tilanteita ja tuo samalla hyötyä yritykselle, teemmällä palvelusta tehokkaamman ja käyttäjäkokemuksesta mukavamman.

Tämä varauksia koskeva osio palvelusta on vain asiakasnäkökulmassa, sen takia sen pitäisi toimia kunnolla palveluntuottajan puolella, ja siihen on omat parannuksensa mutta tämän osa-alueen kehityksessä pitää ottaa kokonaisuus huomioon. Näillä muutoksilla on konkreettista hyötyä asiakkaan käyttäjäkokemukselle ja itse palvelulle, sekä palvelimen kuormitukselle.

3.9 Push-ilmoitukset ja ilmoitukset applikaatiossa

Palveluun tarvitaan aikamuistuttaja, joka toimii push-ilmoituksilla ja ilmoituksilla applikaation näkymässä mobiilissa, joka asetetun aikamääreen sisällä ilmoittaa asiakkaalle push-ilmoituksella applikaatiossa sekä halutessaan sähköpostilla, että asiakkaan varaus on menossa umpeen pian. Koen että puoleessa välissä varausta olisi hyvä tehdä push-ilmoitus, sekä viimeisenä päivänä ennen varauksen umpeutumista. Näin saataisiin lunastuksia ja asiakasruuhkaa palvelussa, porrastettua ja kerättyä samalla dataa asiakkaiden lunastustavoista. Turhaan vanhenevia lunastuksia saataisiin reilusti vähennettyä ja niistä yhä tulevaa negatiivista asiakaspalautetta, purettua pois. Tämä toisi helpotusta kaikille ja selvyyttä palvelun toimintaan.



Kuvio 5: Havainnekuva push-ilmoituksesta. Muokattu 2020.

”Push-viesteillä tarkoitetaan reaaliaikaisia ilmoituksia, joita sovellukset lähettävät työpöydälle tai älylaitteeseen. Esimerkiksi Facebook voi ilmoittaa älylaitteen käyttäjää uudesta kommentista push-ilmoituksella. Verkkopalvelu voi push-viesteillä ilmoittaa esimerkiksi alenuskampanjan alkamisesta tai tilauksen etenemisestä - mahdollisuudet herättää kuluttajan huomio ostopolun varrella ovat rajattomat.”

(Aino Tunkelo, 2018)



Kuvio 6: Havainnekuva ilmoituksesta applikaatiossa. Finnkinno 2020. Muokattu itse 2020.

Push-ilmoitus mikä tulee applikaation kautta älypuhelimeen sekä erillinen versio sähköpostiin, tarjoaisi myös muistutuksen yhteydessä tilaisuuden, mennä peruuttamaan tehty varaus. Tästä tulisi parin vahvistuksen kautta tehtävä toimenpide, jolla vältetään vahingossa tehdyiltä perumisilta. Koska tuotaisiin käyttäjille suoraan esille tila, jos peruutuksen voi tehdä, uskon että vapaaehtoisia peruutuksia tulisi enemmän. Mahdollisesta peruutuksesta tulisi molemmissa ilmoituksissa tieto, näin saataisiin jaettua perumisia myös pidemmälle ajalle, tällä mahdollistettaisiin, että potentiaaliset varaajat saisivat mahdollisimman paljon paikkoja valittavaksi.

Push-ilmoituksia on toki myös tietokoneella ja mobiilissa käytettävien web-pohjaisten palveluiden puolella käytössä mutta, Finnkinon palvelussa nämä ilmoitukset koskisivat lähinnä mobiilin käyttäjiä sekä sen kautta myös, tablet-laitteiden käyttäjiä sekä sähköpostin kautta toki se tavoittaisi kaikki käyttäjät.

Lumolinkin blogissa kirjoitetaan hyvin, että mobiililaitteiden käyttäjät suhtautuvat push-ilmoituksiin positiivisemmin kuin muiden laitteiden käyttäjät, sillä he ovat tottuneet näkemään ponnahdusilmoituksia säännöllisesti - viestejä Facebook-päivityksistä, kehoituksia päivittää puhelimensa sovelluksia, tai saavat ilmoituksia uuden sähköpostin saapumisesta. Olen täysin samaa mieltä, blogissa myös mainitaan hyvin, miten push-ilmoitukset mahdollistavat viestinnän asiakkaillesi, vaikka sovelluksesi ei olisi juuri sillä hetkellä käytössä. Sen lisäksi palvelu on liisättävissä kaikkiin mobiilisovellutuksiin, näin kyky tavoittaa palvelumme asiakkaat, kasvaa suuresti tilanteessa missä se auttaa meitä eniten. (Lumolink, 2017)

Tämä suuressa kokonaisuudessa katsottuna pieni, mutta tärkeä muutos lisääisi sulavuutta palvelun käyttöön, antaisi käyttäjälle enemmän selvyyttä varauksen ajoista ja lunastuksesta sekä peruutuksesta.

4 Leffapeli osana palvelun kokonaisuutta

Leffapeli on ollut tehokas tapa tavoittaa nuoremmat asiakkaat sähköisesti, ja tällä hetkellä käyttäjäkunta kasvaa koko ajan. Leffapeli on ollut nerokas myös Finnkinon toiminnan kannalta, sillä peli on käytännössä 10minuuttia kestävä mainos siitä maksavalle yritykselle. Se on digimainontaa parhaimmillaan ja sitä Finnkino hyödyntää myös itse vaihtelevissa kampanjoissa. Leffapeli kasvoi pienestä interaktiivisesta lisästä elokuvakokemukseen, yhdeksi isoimmaksi osaksi digipuolen mainontaa. Leffapelin mainonnalla tavoitetaan asiakkaat niin teatterissa, kuin sen ulkopuolella.

4.1 Alkutilanne

Leffapeli alkoi osana applikaatiota, joka oli sillä hetkellä luonnollinen ratkaisu, sen kehitys ja kasvu osana digitaalista palvelua ja Finnkinon palvelun kokonaisuutta, kuitenkin vei sen toiseen suuntaan. Kun pelit ja niiden sisältö kasvoi isommaksi, kasvoi myös niiden taakka applikaatiolle. Tähän lähdettiin hakemaan ratkaisua, päädyttiin omaan erilliseen applikaatioon, jossa kaikki leffapeliin liittyvä materiaali on yhdessä paikassa. Ratkaisu on järkevä, käyttäjä, jolla ei ole kiinnostusta leffapeliin, ei tarvitse ladata kyseistä applikaatiota, valinnanvapaus pitää kaikki asiakkaat tyytyväisenä.

4.2 Leffapelin kehitys ja nykytilanne

Leffapelin kasvaneen suosion ja mainonnan kasvaneiden tarpeiden kautta, koettiin turhaksi rasittaa enää applikaatiota leffapelillä. Tällä leffapelin ulkoistuksella omaan erilliseen applikaatioon saatiin pois suuri määrä liikennettä pois rasittamasta applikaatiota, ja saatiin tarjottua valinnanvapaus asiakkaille, joita leffapeli kiinnostaa, sekä heille, joita se ei kiinnosta.

Vuonna 2017 julkaistiin ensimmäinen versio Leffapeli-applikaatiosta, applikaatio saavutti nopeasti yleisönsä ja jatkaa tasaisesti kasvua. Applikaatiota on päivitetty suhteellisen tasaisesti sen julkaisun jälkeen, korjattu bugeja ja lisätty uusia ominaisuuksia, esimerkiksi minipelejä itse palvelun pääasian, leffapelin lisäksi.

”490.000 kirjautunutta käyttäjää! (Lokakuu 2019)

Leffapeli on ollut yksi suomen ladatuimmista peliapplikaatioista vuosina 2017-2019 sekä Google Playssa että Appstoressa. Sijoitus on kaikista applikaatioista keikkunut Top 20:n hujoilla koko vuoden ja parhaimmillaan loma-aikoina, kuten pääsiäisenä, hiihtolomaviikkoina ja joulun pyhinä applikaatio on TOP5:ssa.

- 490.000 kirjautunutta käyttäjää
- 30.000 - 40.000 pelaajaa kuukausittain
- 5.000 palkintoa lunastetaan kuukausittain
- TOP20 peliapp vuosina 2017, 2018”

(Finnkino B2B, 2019)

Leffapeli on saavuttanut vakaan aseman osana Finnkinon digitaalista palvelua ja tulee jatkossa säilyttämään saman aseman, muutoksia ja lisäyksiä on tiedossa mutta nykyinen, erillisen applikaation malli, tulee todennäköisesti säilymään, johtuen hyödystä minkä valinnan vapauden kautta, se tuo asiakkaille Finnkinon eri palveluja käyttäessä.

5 Tulokset ja yhteenveto

Työn tuloksena oli kehittämiseen tähtäävä selvitystyö koskien Finnkinon verkkopalveluita sekä niiden käytettävyyttä, suurimmat osat tästä kokonaisuudesta ovat mobiiliapplikaatio ja sen monet palvelut sekä sen kylkeen syntynyt Leffapeli-applikaatio sekä Finnkinon nettisivujen palvelut. Kaikki palvelut ovat asiakkaille suunnattu, joten kehityksen päätehtävänä on parantaa asiakkaan, käyttäjän, kokemuksia palvelussa ja sen käytössä.

Tavoitteena oli keksiä ratkaisuja työn aikana havaittuihin ongelmiin, keksittyjä ratkaisuja oli muun muassa PDF-lippujen siirto pelkästä sähköpostista myös sovelluskäyttöön, uudenlainen ilmoitusjärjestelmä, joka pohjautuu push-ilmoituksiin, joka ilmoittaa lippujen varauksista, niiden lunastuksesta ja peruutuksesta. Saavutetut tulokset ja ratkaisut ovat hyviä, ne pohjautuvat jo osittain palvelusta löytyviin osiin, joten niiden toteutus on hyvällä pohjalla. Saadut tulokset pohjautuvat hyvillä menetelmillä hankittuihin tietoihin, ovat hyvällä pohjalla ja ovat Finnkinon hyväksyvät, joten ne voin laskea luotettaviksi.

Tärkeimmät saavutetut lopputulokset, olivat sellaiset, jotka pohjautuvat nykyisiin osiin palveluissa, sen kautta nämä on kätevämpi toteuttaa, kun pohja löytyy jo valmiiksi sekä koodia että dataa. Tulosten piti parantaa loppukäyttäjän, asiakkaan, käyttäjäkokemusta ja tuoda konkreettista hyötyä palveluun. Tämä hyöty näkyisi parannettuina palveluina, uusia ominaisuuksina, joiden kehityspohja on hyvin perusteltavissa työn pohjalta sekä että niiden toiminta parantaisi palvelun tehokkuutta ja vähentäisi ruuhkaa ja raskautta palvelimella.

Lopputuloksena on nopeampi, luotettavampi ja palveluissa yhtenäinen tapa käyttää lippuja. Hyötynä sekä Finnkinolle että asiakkaille on luotettavampi ja tehokkaampi tapa käyttää applikaatiota mikä vähentää käytöstä aiheutuvaa ruuhkaa palvelussa ja palvelimella. Tämä näkyy asiakkaille erityisesti nopeampana tapana käyttää lippuja. Profiilin tiivistäminen tuo Finnkinolle hyötyä siitä, että vaaditut asiakastiedot saadaan suuremmalla todennäköisyydellä ja

niistä on enemmän hyötyä, kun kerätty data on yhtenäisempi paketti. Asiakkaalle tämä näkyy nopeampana tapana luoda profiili, että itse palvelun käyttöön pääsee nopeammin. Profiilin muutokset nopeuttavat asiakkaan profiilin käyttöä muun muassa ostotilanteissa, niin Finnkinon verkkopalveluissa, kuin teatterilla kassalla. Varausten käyttöön, perumiseen ja lunastukseen liittyvät esitetyt muutokset tuovat selkeyttä liittyen varausten käyttöön, tuoden myös uusia ominaisuuksia ja kehitystä yhteen tärkeimpään osa-alueeseen palvelussa, asiakkaat pääsevät kunnolla hallitsemaan itse varausten käyttöä, kun tiedot ovat helposti saatavilla ja niistä tiedotus palvelussa toimii tehokkaammin. Näillä kaikilla muutoksilla saadaan huomattavasti nopeutettua, selkeytettyä ja laajennettua asiakkaan käyttäjäkokemusta Finnkinon verkkopalveluissa.

Sen mitä varsinkin opin tämän projektin aikana oli se, että yhteenvetona voidaan todeta, että asiakkaan rooli osana palvelun tuottamista, mittaamista ja arviointia on jäänyt vähäiselle huomiolle monissa yrityksissä. Finnkinon palvelun kehitystä ajatellen, tilanne on hyvä, sillä meillä on runsaasti dataa ja palautetta mistä ottaa suuntaa uusien kehitysten kohdalla. Asiakas on tärkeä keskeinen tietolähde, jonka osaamista, näkemystä ja käytössä olevaa informaatiota tulisi pystyä paremmin hyödyntämään palveluiden mittaamisessa ja johtamisessa. Tiedän että tässä on Finnkinolla hyvä asema. (Promaint, 2013)

Jälkeenpäin katsottuna todella tärkeää on, parempi ja laajempi viestintä ohjaajien, työhön liittyvien kumppaneiden kanssa, näin saadaan joka tilanteessa pidettyä työn suunta hallussa ja estettyä mahdollinen turha työ mikä syö aikaa ja voimavaroja pois. Tarkempi ja laajempi suunnitelma alusta asti olisi myös todella tärkeä, vaikka muutoksia ja ongelmia tulisi, samaa pohjaa voi soveltaa tarvittaessa ja siihen voi aina palata, kun kokonaisuus on hukassa. Tämän opin ja tulen jatkossa työelämässä soveltamaan sitä.

Koen että tämän selvitystyön aikana syntyi paljon hyviä uusia kehitysideoita, parannuksia vanhoihin osiin palveluissa sekä saimme ongelmia tunnistettua sekä myös vahvuuksia. Uskon että tutkimuksessa läpikäytyjä kohtia hyödyntämällä saataisiin seuraavissa palvelun päivityksissä, konkreettisesti parannettua sen eri osa-alueita ja toimintaa sekä asiakaskokemusta.

Lähteet

Sähköiset lähteet

Aino Tunkelo. 2018. Push-ilmoitukset: mitä ne ovat ja mihin niitä käytetään? Viitattu 7.5.2020. <https://lamia.fi/blog/push-ilmoitukset>

Finnkino Oy. 2019. Leffapeli. Viitattu 6.5.2020. <https://www.finnkinob2b.fi/me-diamyynti/leffapeli/>

Johannes Puro. 2018. DIGITAALISEN PALVELUN KEHITYS VAATII TILAAJAN OSALLISTAMISTA. Viitattu 10.5.2020. <https://www.itewiki.fi/blog/2018/08/digitaalisen-palvelun-kehitys-vaatii-tilaajan-osallistamista/>

Lumolink. 2017. Push-ilmoitukset - mitä, miksi ja miten? Viitattu 9.5.2020. <https://www.lumolink.com/push-ilmoitukset-mita-miksi-ja-miten/>

Piia Innanen. 2018. Palvelupolulla kehitetään parempia palveluita. Viitattu 14.5.2020. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/2018/10/13/palvelupolun-kuvauksilla-kehitetaan-parempia-palveluita>

Promaint. 2013. Asiakaskeskioon palveluiden kehittämisessä motivoi asiakas mittaamaan, arvioimaan ja kehittämään palvelua! Viitattu 10.5.2020. <https://promaintlehti.fi/Tutkimus-ja-koulutus/Asiakaskeskioon-palveluiden-kehittamisessa-motivoi-asiakas-mittaamaan-arvioimaan-ja-kehittamaan-palvelua>

Solita. Digitaalisten palveluiden kehitys. Viitattu 9-12.5.2020. <https://www.solita.fi/digitaalisten-palveluiden-kehitys-2/>

Kuviot

Kuvio 1: Asiakkaan rooli palveluiden mittaamisessa. Promaint 2013.	9
Kuvio 2: Profiilin luonti tällä hetkellä. Finnkinno 2020.	12
Kuvio 3: QR-koodi lisättynä applikaatioon. Finnkinno 2020.	13
Kuvio 5: Sovelluslipun ja PDF-lipun esimerkkien ero mobiilipalvelun näkymässä. Finnkinno 2020.	16
Kuvio 6: Havainnekuva push-ilmoituksesta. Muokattu 2020.	18
Kuvio 7: Havainnekuva ilmoituksesta applikaatiossa. Finnkinno 2020. Muokattu itse 2020..	19